



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING



© Hak Cipta miliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Dalam membangun usaha hal yang diperhatikan oleh para pelaku usaha adalah sebuah trend yang terjadi dalam masyarakat itu sendiri. Trend sendiri digunakan para pelaku usaha sebagai roda atas membangun sebuah jenis usaha. Banyak sekali trend yang sedang terjadi saat ini seperti trend makanan pedas, trend konser yang terus berdatangan dan trend-trend lainnya.

“TOP IKAN” sendiri dibangun berdasarkan kebutuhan pokok manusia yaitu makanan. Selain itu “TOP IKAN” didirikan berdasarkan adanya pertumbuhan masyarakat terhadap konsumsi ikan di cianjur. Berdasarkan Badan Pusat Statistik, rata-rata konsumsi masyarakat terhadap ikan di tahun 2022 untuk ikan nila adalah 0,051. Sedangkan di tahun 2021 untuk ikan nila tidak ada nilainya. Jika dilihat berdasarkan data BPS ini, di tahun 2022 untuk ikan nila sendiri mengalami kenaikan yang dimana artinya ada pertumbuhan industri dan dapat dikatakan peluang bagi “TOP IKAN” untuk menjalankan jenis usaha ini. (BPS : <https://www.bps.go.id/indicator/5/2096/2/rata-rata-konsumsi-perkapita-seminggu-menurut-kelompok-ikan-per-kabupaten-kota.html>)

Selain itu, adapun data lain yang menyatakan “TOP IKAN” memiliki peluang untuk menjalankan usaha ini yaitu data dari KataData. Dalam KataData, menurut Menteri KPP, “Indikator Kinerja Utama KKP yang tercantum dalam Rencana Kerja Pemerintah (RKP) 2023 antara lain pertumbuhan PDB perikanan 4-6%, dan produksi perikanan 30,31 juta ton”. Hal ini dapat dikatakan bahwa konsumsi masyarakat terhadap kopi masih memiliki tingkat yang cukup baik sehingga untuk “TOP IKAN” ini memiliki peluang untuk dijalankan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(KataData: <https://katadata.co.id/tiakomalasari/berita/630dfac1f0d72/kkp-targetkan-pdb-industri-perikanan-naik-6-pada-2023>)

B. Analisis Pesaing

Analisis pesaing dapat dikatakan merupakan sebuah analisa yang memang harus dilakukan oleh para pelaku usaha baru maupun lama untuk dapat melihat kondisi suatu pasar yang sedang terjadi, seperti bagaimana para pesaing dapat bertahan di era bisnis yang ketat, bagaimana lokasi tempat pesaing, bagaimana mencari strategi yang cocok dan agar dapat bertahan. Selain itu, analisa ini juga dapat bertujuan untuk melihat kelemahan dan kekuatan usaha sendiri maupun pesaing.

Analisis pesaing ini dibagi menjadi dua jenis yaitu pesaing langsung dan pesaing tidak langsung. Pesaing langsung merupakan sebuah merek/brand lain yang dimana memiliki titik lokasi berdekatan dengan “TOP IKAN” yaitu sekitar 1-5km. Sedangkan pesaing tidak langsung adalah sebuah merek/brand lain yang dimana memiliki lokasi tidak berdekatan dengan “TOP IKAN” ataupun mereka menawarkan produk lain seperti ikan lele yang tidak diproduksi oleh “TOP IKAN”. Adapun rincian daftar pesaing secara langsung dan tidak langsung yang dilakukan oleh “TOP IKAN” sebagai berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis

Tabel 3.1
Daftar Pesaing “TOP IKAN”

Pesaing	Kekuatan	Kelemahan
H.AJAT	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki harga yang murah 2. Menyediakan layanan pesan antar 3. Memiliki kualitas produk yang bagus 4. Lokasi yang mudah dijangkau 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak menyediakan promo harga
IKAN NILA AL BAROKAH PARASU	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki kualitas produk yang cukup baik 2. Menyediakan layanan pesan antar 3. Memiliki aksesibilitas yang mudah dijangkau 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki harga yang cukup mahal 2. promo potongan harga yang dikit
PT . KRISCA FARM INDONESIA (PESAING TIDAK LANGSUNG)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menawarkan produk lain seperti sayuran, telur ayam, kambing, ikan lele 2. Menawarkan harga yang standar 3. Menyediakan layanan pesan antar 4. Menawarkan produk ikan frozen food 5. Memiliki kualitas kesegaran produk yang baik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. aksesibilitas lokasi yang sulit dijangkau 2. Memiliki lokasi yang bersih dekat dengan pegunungan 3. Promosi yang kurang aktif seperti tidak ada media sosial untuk menawarkan produk

Sumber : “data di olah penulis, tahun 2023”

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C. Analisis PESTEL

Analisis PESTEL merupakan sebuah analisis yang akan membantu para pelaku usaha untuk melihat apakah bisnis tersebut memiliki peluang atau tidak berdasarkan masing-masing indikator. Indikator dalam analisis ini terdiri dari 5 kekuatan eksternal yaitu politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan legalitas. Adapun rincian analisis PESTEL bagi “TOP IKAN” sebagai berikut:

1. Politik (Politic)

Untuk menjalankan sebuah usaha seperti budidaya ikan, pelaku usaha harus memperhatikan kebijakan politik yang diberlakukan oleh pemerintah. Selain itu, kebijakan politik ini berasal dari undang-undang yang dimana akan membantu seluruh pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya. Begitu juga dengan “TOP IKAN” yang mendirikan usaha berjenis jasa.

Berdasarkan Permenkraf No.10 tahun 2018, semua pelaku usaha wajib mendaftarkan usahanya untuk mendapatkan sertifikat perizinan kegiatan berusaha. Hal ini tentu dilakukan oleh “TOP IKAN” karena dengan adanya sertifikat ini, pelaku usaha dapat mengembangkan usaha nya dengan melalui mendapatkan investasi dan penambahan modal. Selain itu adapun kebijakan NIB (Nomor Induk Berusaha) yang dimana merupakan identitas merek sehingga dapat meminimalkan kecurangan dalam bekerjasama dengan partner bisnis dari “TOP IKAN”.

Berdasarkan dampak-dampak positif yang dihasilkan dari adanya kebijakan-kebijakan politik tersebut, maka “TOP IKAN” menyatakan bahwa mendirikan usaha peternakan ikan di daerah cianjur saat ini memiliki peluang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



D. Ekonomi (Economy)

Dari hasil pencarian data Badan Pusat Statistik tentang tingkat konsumsi masyarakat Cianjur terhadap ikan dapat terlihat kenaikan. Pada tahun 2021, ikan nila tidak ada nilai konsumsi tetapi pada tahun berikutnya yaitu 2022 terjadi peningkatan nilai yaitu sebesar 0,051. Hasil BPS tersebut tentunya berpengaruh ke dalam usaha “TOP IKAN”. Dampak dari pengaruh ini seperti adanya kenaikan penjualan produk ikan karena ikan sendiri merupakan makanan pokok sehingga, masyarakat pun sering mengkonsumsinya.

Selain itu, “TOP IKAN” sendiri dapat dikonsumsi oleh target pasar dari kelas menengah hingga kelas bawah sekalipun karena produk ini merupakan makanan yang dapat diolah oleh siapapun. Hal ini pun merupakan dampak yang positif bagi “TOP IKAN” dikarenakan memiliki target pasar yang luas sehingga produk ini dapat dinikmati oleh semua kalangan.

Berdasarkan faktor-faktor diatas tersebut, maka dapat dinyatakan adanya permintaan yang cukup tinggi sehingga “TOP IKAN” sendiri akan memiliki pendapatan yang cukup banyak. Sehingga dengan adanya pernyataan ini, “TOP IKAN” memiliki peluang yang cukup bagus untuk dijalankan di daerah sekalipun.

1. Sosial (Social)

Dalam analisis sosial, para pelaku usaha melakukan observasi untuk mengetahui suatu kondisi sosial yang sedang terjadi saat itu. Kondisi sosial yang terjadi saat ini seperti anak-anak generasi muda yang memilih untuk hidup sendiri dapat memberikan dampak terhadap gaya hidup sosial seperti membeli makanan yang murah untuk menghemat biaya. Gaya hidup menghemat ini sudah sangat sering terjadi sehingga berdampak kepada UMKM khususnya makanan kaki lima.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hasil Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



“TOP IKAN” sendiri menjual kepada para pedagang ikan seperti penjual

ikan atau tengkulak ikan. Sehingga dampak dari gaya hidup masyarakat yang memilih menghemat budget untuk makan ini sangat besar. Dengan masyarakat lebih memilih produk yang lebih murah tetapi higienis yang menjual seafood seperti ikan, maka artinya tingkat konsumsi masyarakat terhadap ikan cukup tinggi.

Maka dampak-dampak ini dapat dikatakan dampak yang positif sehingga “TOP IKAN” sendiri memiliki peluang yang cukup besar untuk mendirikan bisnis peternakan saat ini.

2. Teknologi (Technology)

Dalam analisis PESTEL, teknologi sendiri dibagi menjadi 2 yaitu teknologi internal yaitu teknologi produksi dan teknologi eksternal yaitu teknologi *media E-Commerce* yang akan membantu penjualan dari “TOP IKAN”. Dengan adanya *E-Commerce* seperti aplikasi Tik-Tok, Facebook masyarakat pun dapat dengan mudah menjangkau produk “TOP IKAN”. Selain itu konsumen pun dapat memesan produk melalui media sosial seperti whatsapp. Hal ini didukung dengan adanya perkembangan teknologi. Saat ini banyak masyarakat menggunakan smartphone untuk beraktivitas.

Setelah Teknologi eksternal, adapun teknologi internal yaitu teknologi yang akan membantu jalannya produksi “TOP IKAN” seperti timbangan ikan, printer, mesin kalkulator dan pompa air. Teknologi internal sendiri memiliki pengaruh terhadap kualitas produk yang dihasilkan oleh “TOP IKAN”.

Dua teknologi ini memiliki perkembangan yang dapat membantu “TOP IKAN” dalam menjalankan usahanya. Maka, “TOP IKAN” dapat dinyatakan memiliki peluang dalam mendirikan budidaya peternakan ikan ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Lingkungan (Environment)

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dalam analisis lingkungan, para pelaku usaha berusaha untuk menganalisis dampak positif dan dampak negatif apa saja yang akan dihasilkan dari usaha tersebut. Dampak-dampak ini merupakan poin yang akan membantu pelaku usaha untuk melihat sebuah ancaman atau peluang bagi usaha tersebut. Pelaku usaha dari “TOP IKAN” pun juga melakukan analisa lingkungan ini. Analisa dari pelaku usaha memiliki 2 dampak juga yaitu dampak positif dan dampak negatif.

Dampak yang pertama adalah dampak positif yaitu “TOP IKAN” membantu negara dalam hal perbaikan ekonomi yang dimana melalui lapangan pekerjaan. Dengan adanya usaha baru dari “TOP IKAN”, masyarakat bisa memiliki pekerjaan sehingga dapat menghidupi keluarganya. Dampak yang kedua adalah rusaknya lingkungan seperti meningkatnya limbah yang dihasilkan oleh “TOP IKAN” yaitu sampah produk ikan dan tercemarnya lingkungan yang menghasilkan udara yang tidak bagus.

Dari dua dampak ini, “TOP IKAN” mempunyai dua hasil yang dimana pada dampak positif tentunya pelaku usaha memiliki peluang atas pendirian usaha “TOP IKAN” ini yang dimana akan membantu perekonomian negara. Dan yang kedua dampak negatif yang artinya “TOP IKAN” juga memiliki ancaman yang dimana ini akan mempengaruhi jalannya usaha ini.

4. Legalitas (Legality)

Legalitas dalam analisis PESTEL tentu berbeda dengan analisis politik. Jika politik berkaitan dengan kebijakan pemerintah, maka untuk legalitas sendiri berkaitan dengan aturan. Aturan ini berfungsi untuk mengawasi izin usaha perdagangan, membina, mengarahkan agar para pelaku usaha ini tidak akan mengalami kerugian seperti pencurian nama merek.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



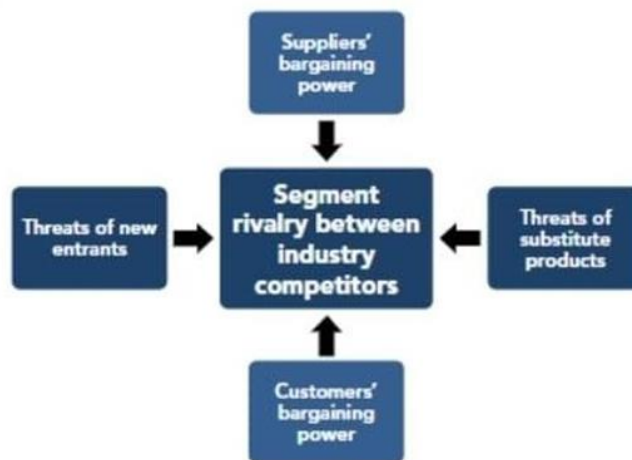
Adapun aturan yang dibuat dari pemerintah untuk para pelaku usaha dalam

berdagang atau berusaha seperti berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 5 / 2021 Tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Resiko meliputi sertifikat usaha dan NIB (Nomor Induk Berusaha). Berdasarkan PP ini, pelaku usaha dimudahkan dalam meresmikan mereknya atau dalam kata lain merek yang diciptakan oleh “TOP IKAN” ini tidak dapat dicuri oleh oknum yang jahat.

Berdasarkan aturan legalitas ini, “TOP IKAN” juga dimudahkan untuk memperluas cabang di luar kota cianjur. “TOP IKAN” juga dapat mengeluarkan produk kalengan nantinya jika memang ada rencana untuk di masa depan. Maka, berdasarkan analisa ini, legalitas merupakan sebuah peluang bagi “TOP IKAN”.

E. Analisis Pesaing : Lima Kekuatan Persaingan Model Porter

Tabel 3.2
Lima Kekuatan Pesaing Model Porter



Sumber : Team FME, *Porter's Five Forces – Strategy Skills e-book*

Sebagai pelaku usaha dalam mendirikan usahanya harus mengetahui pengetahuan perkembangan startegi atau lingkungan eskternal. Pelaku usaha harus melakukan sebuah analisa persaingan lima model porter yang dimana akan berguna agar pelaku usaha mengetahui tinggi atau rendahnya lingkungan eksternal tersebut. Pengertian Analisa Persaingan Model Porter menurut Team FME (2022), “Persaingan



Model Porter merupakan sebuah analisa yang menentukan daya tarik pasar dengan menganalisis tingkat persaingan”. Adapun rincian analisa dari lima kekuatan model porter ini yang akan di rincikan oleh pelaku usaha “TOP IKAN” dibawah ini sebagai berikut:

2. Ancaman Pendetang Baru

Pendetang baru merupakan sebuah ancaman yang memiliki kesempatan bagi para pelaku usaha muda atau pelaku usaha yang baru ingin memulai terjun dalam industri bisnis. Para pelaku usaha yang masih baru sendiri tentu memiliki kesulitan atau tantangan bagi mereka sendiri seperti apakah dapat bertahan di era bisnis yang sedang melonjak saat ini.

Bagi “TOP IKAN” sendiri ancaman ini tidak terlalu mengancam. Karena dalam industri bisnis salah satu bisnis yang sedang melejit ada bisnis Food&Beverage yang dimana persaingannya sangat ketat dan para pelaku usaha baru dapat dengan mudah masuk ke dalam jenis industri tersebut. Tentu ini berbeda dengan “TOP IKAN” yang bergerak di bidang usaha peternakan ikan.

Usaha yang bergerak di bidang jasa seperti “TOP IKAN” sendiri masih sangat jarang ditemukan atau dapat dikatakan sangat rendah karena memerlukan keahlian dalam menjalankan dan mengelola ikan itu sendiri. Walaupun begitu “TOP IKAN” memiliki target pasar yang luas karena para penjual seafood mendapatkan supplier dari penjual seperti “TOP IKAN”. Maka menurut analisa diatas ini, pendatang baru menjadi peluang bagi “TOP IKAN”.

3. Ancaman Produk Pengganti

Dalam ancaman produk pengganti para pelaku usaha memiliki kekhawatiran terkait produk substitusi atau produk yang dapat menggantikan produk yang dijual oleh para pelaku usaha tersebut. Faktor-faktor yang mendukung untuk



produk tersebut dapat diganti adalah adanya harga yang lebih murah, produk yang lebih menarik untuk dicoba dan lain sebagainya.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Untuk “TOP IKAN” sendiri faktor produk pengganti yang menjadi kekhawatiran dari pelaku usaha yaitu harga yang lebih murah. Para penjual atau para pemilik usaha budidaya ikan ini sangat memperhatikan harga karena biasanya para konsumen selalu mencari harga termurah dengan kualitas bagus. Selain itu produk pengganti ini tidak hanya jenis ikan lain tetapi bisa jenis hewan air apa saja seperti kepiting, kerang, udang dan lain-lain. Hal ini tentu faktor yang sangat menjadi kekhawatiran yang sangat tinggi bagi pemilik “TOP IKAN” karena para konsumen dapat dengan mudah bosan dengan hewan air berjenis ikan ini.

Berdasarkan hasil analisis yaitu tingginya tingkat produk pengganti bagi “TOP IKAN”, maka dinyatakan sebagai ancaman. Hal ini akan mempengaruhi tingkat penawaran dan permintaan konsumen terhadap “TOP IKAN” sendiri. Jika semakin banyak produk substitusi, maka posisi “TOP IKAN” semakin terancam sehingga pendapatan juga akan menurun.

4. Kekuatan Pemasok

Kekuatan pemasok dapat dikatakan seberapa tingkat tinggi atau rendahnya seorang pemasok dapat ditemukan. Dalam arti lain adalah mudah atau tidak menemukan pemasok yang berkaitan dengan bisnis tersebut. Jika pemasok mudah ditemukan maka dikatakan tinggi, begitupun sebaliknya.

Dalam bisnis “TOP IKAN” pemasok yang dibutuhkan adalah pemasok bibit ikan yang dimana memiliki tingkat yang tinggi. Artinya bibit ikan sangat mudah ditemukan oleh pelaku usaha sehingga disebut kekuatan pemasok bagi “TOP IKAN” adalah tinggi. Selain itu, bahan lainnya seperti pakan dan obat juga sangat mudah ditemukan dimanapun.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berdasarkan analisa diatas ini, maka dapat disimpulkan kekuatan pemasok

bagi pelaku usaha dari “TOP IKAN” merupakan sebuah peluang bagi pelaku usaha karena bahan-bahan yang mudah ditemukan / tinggi sehingga dikatakan menjadi peluang.

5. Kekuatan Pembeli

Kekuatan pembeli dapat dikatakan sebagai daya tawar yang dimiliki pembeli saat memilih suatu produk yang dilihat dari sisi pilihan harga produk yang ada. Dalam kata lain kekuatan ini adalah jika pembeli melihat harga yang lebih murah dari brand / merek lain, maka pembeli tersebut akan memilih merek tersebut daripada merek dari “TOP IKAN”.

Tingkat daya tawar pembeli bagi “TOP IKAN” sendiri dapat dikatakan rendah karena masih sedikit usaha dalam bidang budidaya ini sehingga pembeli sendiri tidak memungkinkan untuk mempunyai pilihan harga produk yang banyak.

Berdasarkan hasil analisis diatas, untuk kekuatan pembeli bagi “TOP IKAN” dapat disimpulkan menjadi peluang karena belum banyak yang membuka bisnis jasa di bidang budidaya ikan seperti ini. Untuk menarik pembeli, “TOP IKAN” sendiri melakukan promosi seperti memperkenalkan “TOP IKAN” melalui media sosial.

6. Persaingan Usaha Sejenis

Dalam persaingan usaha sejenis, para pelaku usaha sangat memperhatikan kondisi ini. Kondisi yang dimaksud adalah tingkat tinggi atau rendahnya jumlah pesaing yang menjual jenis produk yang sama. Jika tinggi maka artinya jumlah persaingan usaha sejenis ini adalah banyak dan dinyatakan menjadi ancaman. Begitupun sebaliknya, jika rendah maka artinya jumlah persaingan usaha sejenis ini adalah sedikit dan dinyatakan menjadi peluang.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



“TOP IKAN” sendiri tidak memiliki banyak pesaing. Tentunya karena

dalam mendirikan dan mengelola sebuah tambak atau budidaya ikan tidak mudah. Hal ini dibutuhkan keahlian dan perhitungan yang cermat karena ikan merupakan makhluk hidup yang memiliki resiko mati yang sangat tinggi. Sehingga untuk membuat 1 kolam sangat sulit karena memperhitungkan jumlah ikan dan jumlah pakan yang ideal. Selain itu juga membutuhkan obat untuk menormalkan Ph air itu sendiri sehingga tidak bisa sembarangan air yang dipakai.

Berdasarkan analisis diatas, persaingan usaha sejenis bagi “TOP IKAN” adalah rendah sehingga dinyatakan menjadi peluang untuk mendirikan dan menjalankan usaha di bidang budidaya ini.

F. Analisis Faktor-Faktor Kunci Sukses (*Competitive Profile Matrix / CPM*)

Competitive Profile Matrix merupakan sebuah metode analisis yang terdiri dari 5 faktor yaitu Critical Success Factor , Weight, Rating, Score, dan Total Weight Score. Competitive Profile Matrix menurut David dan David (2017:236), “ The Competitive Profile Matrix identifies a firm’s major competition and its particular strengths and weakness in relation to sample firm’s strategic position”, yang memiliki arti bahwa CPM berfungsi untuk mengidentifikasi pesaing utama perusahaan baik dalam kekuatan dan kelemahan mereka sampai kaitannya dengan posisi strategi perusahaan. Adapun rincian penjelasan mengenai 5 faktor CPM yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Critical Success Factor/ CSF

CSF adalah sebuah faktor penentu untuk tingkat keberhasilan dalam suatu perusahaan. Faktor penentu tersebut didapatkan saat setelah melakukan 2 analisis yaitu eksternal dan internal lingkungan perusahaan. Faktor penentu ini tentu memiliki sebuah nilai yang dimana jika nilai tinggi artinya strategi yang dijalankan perusahaan telah berhasil dilakukan. Sebaliknya, jika nilai rendah artinya strategi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



yang dijalankan perusahaan belum berhasil dan menjadi kelemahan untuk perusahaan tersebut.

C

2. Weight / Bobot

Bobot adalah penentu tingkat keberhasilan strategi suatu perusahaan yang diukur dari bobot kuantitatif dimulai dari 0 – 1 yang dimana 0 adalah tidak penting dan 1 adalah penting. Setelah masing-masing nilai bobot ini ditentukan, maka ditotalkan yang harus memiliki jumlah 1. Adapun rincian perhitungan bobot faktor kunci sukses yang dilakukan “TOP IKAN” sebagai pelaku usaha melalui kuisisioner sebagai berikut:

Tabel 3.3
Bobot Faktor Kunci Sukses

Faktor Kunci Sukses	Responden	Perhitungan	Bobot
Harga	32	$(32/184) \times 100\%$	0,18
Lokasi	31	$(31/184) \times 100\%$	0,17
Layanan Pelanggan	36	$(36/184) \times 100\%$	0,20
Kualitas	45	$(45/184) \times 100\%$	0,24
Promosi	40	$(40/184) \times 100\%$	0,21
Total	184		1

Sumber : Hasil Kuisisioner, 2023

a. Rating / Nilai

Rating adalah salah satu faktor yang bertujuan untuk menunjukkan kekuatan dan kelemahan yang dilihat dari CSF untuk menganalisa suatu perusahaan. Rating sendiri memiliki peringkat yaitu 1 hingga 4 yang bertujuan untuk menentukan kelemahan dan kekuatan perusahaan tersebut. Angka 1 = kelemahan utama / mayor, angka 2 = kelemahan minor, angka 3 = kekuatan minor, angka 4 = kekuatan mayor.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



b. Score/ Skor

Skor merupakan hasil perkalian antara bobot dengan rating dalam masing-masing perusahaan. Hasil dari perkalian ini akan di totalkan atau jumlahkan yang menunjukkan bahwa semakin tinggi skor maka semakin baik suatu perusahaan. Sebaliknya, semakin rendah skor maka semakin buruk suatu perusahaan.

c. Total Weighted Score / Total Bobot Skor

Total bobot skor merupakan sebuah penilaian akhir yang wajib di antara rentang 1 yaitu rendah dan 4 yaitu tinggi.

Setelah perhitungan bobot faktor kunci sukses, “TOP IKAN” melakukan analisis perbandingan usaha antara “TOP IKAN” dengan para pesaing secara langsung yang akan dihitung berdasarkan indikator masing-masing *Critical Success Factor*. Berikut tabel perhitungan *Competitive Profile Matrix* dibawah ini:

Tabel 3.4
Competitive Profile Matrix

Kunci Faktor Sukses		“TOP IKAN”		IKAN NILA AL BAROKAH PARASU		H.AJAT	
Keterangan	Bobot	Rating	Skor	Rating	Skor	Rating	Skor
Harga Produk	0,18	3	0,54	3	0,54	4	0,72
Lokasi	0,17	2	0,34	4	0,68	4	0,68
Layanan Pelanggan	0,20	3	0,60	4	0,80	4	0,80
Kualitas Produk	0,24	4	0,96	4	0,96	4	0,96
Promosi	0,21	4	0,84	3	0,63	3	0,63
Total	1		3,28		3,61		3,79

Sumber : “data di olah penulis, tahun 2023”

Berdasarkan perhitungan tabel diatas yang memiliki skor tertinggi adalah H.AJAT sebesar 3,79. Lalu posisi kedua yaitu IKAN NILA AL BAROKAH



PARASU sebesar 3,61, dan yang terakhir adalah “TOP IKAN” sebesar 3,28.

C Adapun penjelasan mengenai skor-skor yang didapat berdasarkan kunci faktor sukses masing-masing sebagai berikut:

a) Harga Produk

Indikator yang pertama adalah harga produk. H.AJAT mendapatkan rating 4 atau kekuatan mayor karena mereka menawarkan harga produk yang murah meskipun tidak menyediakan promo harga maka dapat dikatakan menjadi kekuatan mayor. Sedangkan untuk IKAN NILA AL BAROKAH PARASU dan “TOP IKAN” sama-sama mendapatkan rating 3 karena memiliki harga yang lebih mahal dari H.AJAT tetapi meskipun begitu para pembeli tetap dapat mendapatkan potongan harga yang lebih murah sehingga dapat dikatakan menjadi kekuatan minor.

b) Lokasi

Pada indikator lokasi, untuk IKAN NILA AL BAROKAH PARASU dan H.AJAT sama-sama mendapatkan rating 4 atau kekuatan mayor dikarenakan aksesibilitas lokasi atau lahan parkir mereka cukup luas sehingga para pembeli dapat memarkirkan kendaraan mereka dengan nyaman. Sedangkan untuk “TOP IKAN” lahan atau aksesibilitas lokasi mendapatkan rating 2 atau kekuatan minor karena lahan parkir nya sedikit sempit atau kecil sehingga tidak dapat memuat banyak kendaraan untuk diparkir dalam satu waktu yang bersamaan.

c) Layanan Pelanggan

Selanjutnya layanan pelanggan. IKAN NILA AL BAROKAH PARASU dan H.AJAT mendapatkan rating 4 atau kekuatan mayor karena mereka menawarkan layanan pesan antar dengan estimasi waktu yang cepat sehingga pembeli tidak terlalu lama menunggu. Untuk “TOP IKAN” sendiri

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



mendapatkan rating 3 atau kekuatan minor karena meskipun sama dengan pesaing yaitu melayani pesan antar tetapi dikarenakan masih umkm yang baru maka manajemen waktunya belum secepat atau sesiap 2 pesaing tersebut tetapi “TOP IKAN” tetap berusaha akan memaksimalkan pengiriman secepat mungkin.

d) **Kualitas Produk**

Berikutnya adalah kualitas produk yang merupakan indikator paling utama dalam berbisnis. Dalam kualitas produk masing-masing brand/merek semuanya mendapatkan rating 4 atau kekuatan mayor karena dalam membesarkan 1 ekor ikan butuh pengecekan yang rutin sehingga dapat dipastikan bahwa kualitas yang dijual kepada pembeli adalah bagus karena hasil dari peternakan selama 3 bulan. Selain itu, para pembudidaya akan rutin memberikan obat / vitamin ke dalam kolam-kolamnya untuk menghindari penyakit.

e) **Promosi**

Indikator yang terakhir adalah promosi. Untuk H.AJAT mereka mendapatkan rating 3 atau kekuatan minor karena mereka tidak menawarkan promosi tetapi mereka menawarkan harga yang lebih murah dari IKAN NILA AL BAROKAH PARASU dan “TOP IKAN”. Sedangkan untuk “TOP IKAN” dan IKAN NILA AL BAROKAH PARASU mereka mendapatkan rating 4 dan 3 karena mereka menjual produk dengan harga yang mahal tetapi dengan solusi memberikan promo harga untuk pembelinya.

G. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (*SWOT Analysis*)

Analisis SWOT merupakan sebuah analisis yang sangat penting untuk para pelaku usaha mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis ini merupakan gabungan dari PESTEL, Porter, dan CPM (Competitive Profile Matrix).



Dengan menggabungkan 3 Analisis ini, pelaku usaha mencari cara untuk meminimalkan kerugian dan memanfaatkan peluang yang ada untuk suatu perusahaan itu yang dimana ini merupakan pengertian SWOT MATRIX. “TOP IKAN” pun melakukan analisis SWOT yang akan dirincikan sebagai berikut:

1. **Strenght (Kekuatan)**

- a. Memiliki kualitas produk yang baik
- b. Memiliki promosi yang menarik
- c. Memiliki harga produk yang standar
- d. Menyediakan layanan pelanggan pesan antar

2. **Weakness (Kelemahan)**

- a. Memiliki aksesibilitas lokasi yang sulit dijangkau
- b. Produk yang dijual harus menunggu proses kembang biak

3. **Opportunity (Peluang)**

- a. Peraturan pemerintah berupa sertifikat berusaha yang membantu mengembangkan “TOP IKAN”
- b. Permintaan konsumsi masyarakat terhadap ikan meningkat
- c. Trend gaya hidup masyarakat gemar mengkonsumsi seafood
- d. Penggunaan teknologi yang menyokong jalannya bisnis
- e. Legalitas yang melindungi merek “TOP IKAN”
- f. Rendahnya ancaman pendatang baru
- g. Tingginya kekuatan pemasok
- h. Rendahnya kekuatan pembeli
- i. Rendahnya persaingan usaha sejenis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4. Threat (Ancaman)

- C** a. Sampah produk ikan dan tercemarnya lingkungan yang menghasilkan udara yang tidak bagus
b. Tingginya tingkat produk pengganti

Setelah pelaku usaha menganalisis SWOT “TOP IKAN”, pelaku usaha juga membuat sebuah kotak yang disebut dengan SWOT MATRIX. SWOT MATRIX ini berfungsi untuk pelaku usaha memikirkan bagaimana mengendalikan dan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada untuk meminimalkan berbagai ancaman dan kelemahan. SWOT MATRIX ini akan digambarkan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 3.5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Summary

- 26



Berdasarkan tabel diatas, adapun pelaku usaha rincikan lebih mendalam sebagai berikut:

1. S-O Strategies

Kekuatan yang digunakan oleh “TOP IKAN” dalam memanfaatkan peluang adalah memberikan promo yang menarik kepada pembeli dengan potongan harga misalnya, lalu membuat produk jenis baru yaitu frozen food untuk mempertahankan kualitas produk, dan yang terakhir adalah untuk memanfaatkan tren permintaan konsumsi maka dibuat cabang/lokasi baru.

2. W-O Strategies

W-O Strategies dapat diartikan sebagai pemanfaatan yang dikendalikan oleh peluang untuk meminimalisir kelemahan yang ada. “TOP IKAN” sendiri memanfaatkan dengan membuka cabang baru dan pemanfaatan teknologi layanan pesan antar untuk meminimalisir kelemahan.

3. S-T Strategies

S-T Strategies adalah memanfaatkan kekuatan untuk meminimalisir ancaman yang ada. Untuk “TOP IKAN” pelaku usaha membuat penawaran produk baru yaitu frozen food untuk meminimalisir tingginya tingkat produk pengganti. Selain itu “TOP IKAN” juga tetap menjaga kualitas ikan dan memberikan penawaran potongan harga sesuai dengan waktu atau tema liburan seperti natal / tahun baru.

4. W-T Strategies

W-T Strategies merupakan sebuah cara untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman yang ada. Bagi pelaku usaha dari “TOP IKAN” cara yang dilakukan adalah membuat tempat bakar sampah di lokasi/cabang baru untuk meminimalisir pencemaran dari limbah produksi “TOP IKAN”.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.